

DERRIÈRE LA BARRIÈRE : LES SPECTATEURS DU TOUR DE FRANCE

Catherine Bertho Lavenir¹

Evènement emblématique du sport spectacle, le Tour de France, créé en 1903 par le journal *l'Auto* pour produire de quoi intéresser ses lecteurs durant l'été, permet d'aborder de façon privilégiée la question du spectateur dans le spectacle sportif. Cette grande course sur route est en effet d'emblée organisée de façon à attirer le public. Produite par et pour la presse spécialisée (le journal *L'Auto*, puis *L'Equipe* après 1946), l'épreuve est construite comme un récit, véhiculé par la presse écrite puis par l'image : presse illustrée, actualités cinématographiques, télévision. Le texte et l'image mettent en scène les spectateurs du Tour de France comme partie intégrante de l'évènement. Le public donne à la course sa saveur, son originalité et sa légitimité comme spectacle populaire national et unificateur. Le grand récit du Tour de France, repris chaque année par des journalistes, des écrivains, des cameramen, des commentateurs, comporte donc un récit particulier consacré au spectateur qui détaille le rôle de ce dernier, ses qualités, sa fonction. La retransmission télévisée de l'évènement, crée même une espèce inédite, le « téléspectateur », spectateur de lui-même, à qui les images télévisées montrent le public massé au bord des routes. Ces récits et ces images permettent de hasarder une sorte anthropologie du spectateur : qui est-il ? Où se place-t-il ? Que fait-il ? Et à quoi sert-il dans l'économie générale de l'évènement ?

1 Professeur d'histoire contemporaine à l'Université Paris III-Sorbonne nouvelle.

Recherches en communication, n° 30 (2008).

De nombreux travaux académiques ont disséqué le Tour de France dans tous ses aspects. Ils permettent de reconstituer le rôle des spectateurs dans l'histoire politique et sociale de la course. Les sources médiatiques permettent par ailleurs une approche directe des façons d'être du spectateur et de son rapport à l'évènement. Nous appuierons l'analyse sur deux ensembles de sources privilégiées. Nous chercherons d'une part le public entre les lignes des chroniques de presse écrites dans les années 1940 à 1970 par Antoine Blondin et rassemblée sous le titre *l'Ironie du sport*¹. Nous nous reporterons aussi aux photographies parues dans le journal *L'Equipe*², complétées par des vues issues des Actualités cinématographiques et des reportages télévisés. L'ensemble devrait permettre d'identifier en premier lieu quel est le rôle que les historiens de la société attribuent au spectateur dans l'économie symbolique du Tour de France. Nous nous intéresserons ensuite à ce qui, dans son comportement, fait le spectateur, avant de proposer une courte typologie des publics du Tour de France en fonction de l'implication émotionnelle des spectateurs.

Légitimer le Tour par son public

La nature et la fonction du public du Tour de France ont été évaluées de façon fort différente par les historiens, les sociologues et les ethnologues en fonction de l'époque et du projet académique de chaque auteur.

Gaboriau et la contre-culture populaire

Elaborée au début des années 1970, la thèse de Philippe Gaboriau³ s'intéresse à la contre-culture et à la résistance de la culture populaire à la domination symbolique. Il interprète ainsi le Tour dans un double registre, ainsi que l'analyse finement André Rauch dans un compte-rendu de ses travaux⁴. Le Tour, explique-t-il en premier lieu, fait partie, dans sa conception même, des instruments de la domination symbolique.

1 Antoine Blondin, *L'ironie du sport. Chroniques de l'Equipe, 1954-1982*, Bouquins, Robert Laffont, 1991, pp. 1174-1544.

2 www.L'Equipe.

3 Philippe Gaboriau, *Le Tour de France et le vélo, Histoire sociale d'une épopée contemporaine*, Paris, l'Harmattan, 1975, 217 p.

4 *Vingtième siècle. Revue d'Histoire*, 1996, p. 162.

La course « ne sort pas de l'ordre en place mais pérennise les règles de la soumission. ». Cependant le public exprime aussi la force d'insoumission de la culture populaire dans sa dimension carnavalesque. Cette dernière trouve, de façon quelque peu paradoxale, un lieu d'expression privilégié dans la caravane publicitaire qui accompagne le Tour après 1947. Cette foire exposition itinérante et humoristique concrétise en effet le rêve populaire d'abondance. La distribution des cadeaux et des échantillons gratuits qui accompagne le passage des voitures décorées semblables au chars de carnaval symbolise ainsi un gaspillage « où la liesse populaire ouvre les voies de l'insoumission ».

La construction d'un public par les organisateurs

Universitaire américain, Christopher Thompson¹ étudie la question du public du Tour de France à partir de points de vue tout différents. En premier lieu il souligne le fait que, au moment de la création de l'épreuve, le journal *L'Auto* a besoin des spectateurs et /ou des notables locaux pour que la course puisse tout simplement avoir lieu. Or il montre qu'il y a, au début du siècle, un fossé entre les façons d'être des coureurs, recrutés dans la classe ouvrière ou les milieux paysans, et le comportement attendu par les sportsmen qui sont issus des milieux bourgeois de province. Ces derniers – qui constituent un public d'amateurs, le seul qui se dérange alors pour accueillir et regarder la course - critiquent l'habillement des coureurs, leur langage grossier, leurs explosions de violence, leur habitude d'uriner partout, même leur manque de respect pour la propriété privée.... L'organisateur, Lagrange, va devoir tenir compte de ces réactions, en élaborant un règlement punitif pour amener ses coureurs à la hauteur de ces exigences. Il y a donc là une sorte d'interaction entre les spectateurs, tels qu'ils sont imaginés par les organisateurs, et la direction de l'épreuve. On configure le spectacle de la course pour qu'il corresponde au goût du spectateur.

Les organisateurs de la course utilisent par ailleurs les spectateurs pour légitimer leur entreprise. Entendons-nous. Il ne s'agit pas ici du public véritable – dont nous ne savons pas grand-chose -, mais des spectateurs tels que le journal *L'Auto* les imagine et les donne à voir. Lagrange, rédacteur en chef du journal, inscrit en effet avec finesse ses portraits de spectateurs dans une stratégie qui renforce la légitimité de

1 Christopher.S.Thompson, *The Tour de France. A cultural History*, University of California Press, 2006, 385 p.

la course. Il entre dans un débat important dans la France du début du XXe siècle : celui de l'unité politique du pays. La diversité géographique et sociale du peuple français est en effet perçue comme une source de tension et d'éclatement potentiel. Ces tensions seraient en quelque sorte annulées par la communion des spectateurs dans la célébration de la course.

Figures des régions

Lagrange mobilise en premier lieu l'idéologie régionaliste qui occupe une position dominante dans le champ politique au cours des années 1910-1930. La subtile dialectique du régionalisme fait alors de la nation la somme harmonieuse d'identités régionales, représentée chacune par un costume folklorique et quelques traits psychologiques stéréotypés. La juxtaposition de ces clichés construit une France unie, nationale, colorée et politiquement inoffensive. Le promoteur du Tour de France reprend ce discours, alors dominant, car cela lui permet de renforcer et de légitimer l'événement sportif qu'il organise. Christopher Thompson identifie tous les articles de *L'Auto* qui exploitent ces thèmes. Ce n'est donc pas un hasard si dans les descriptions des spectateurs du Tour, les Bretons sont 'têtu, religieux et vivent dans la Bretagne bretonnante', les foules du midi 'enthousiastes, indisciplinées, bruyantes', et les gens « gais, turbulents et de bon naturel »¹. La description des spectateurs du tour reprend ici les poncifs des personnalités psychologiques attribuées aux provinces et les associe à des traits d'habillement ou même à des caractéristiques physiques qui permettent au premier coup d'œil de reconnaître la région en question. Ainsi les paysans du midi sont-ils fainéants, vivent du travail de leurs femmes, jouent aux boules et boivent du Pernod deux fois par jour. Les hommes du Pays basque portent des bérets. Leurs jeunes femmes « à la peau tannée » ont « de grands yeux et de magnifiques dents blanches »... Les villageois de l'Ariège, dans les Pyrénées sont l'objet d'une description anthropologique express : ils « travaillent dur dans les mines locales, carrières et industries chimiques ; dans leur temps libre ils chassent l'ours sauvage, pêchent la truite et jouent au rugby ». En 1927 les dessins de presse décrivent ainsi les Normands les Bretons et les Basques en costume traditionnel...

1 *Ibid.* p. 61.

Cette rhétorique régionaliste perdure d'ailleurs bien après que le régionalisme ait perdu son actualité politique, sans doute parce qu'elle occupe une fonction spécifique dans le récit de la course : permettre au spectateur de savoir en permanence où se trouvent les coureurs.¹ En 1974 la course traverse les Landes : des plans associent des spectateurs vêtus comme tout Français ordinaire à des grands pins et des gros plans sur les godets recueillant la résine. La mise en scène des indices classiques de l'identité régionale est ici minimale mais néanmoins efficace.

Socialement divers mais unis par la course

La description des spectateurs de la course permet aussi d'illustrer la façon dont l'événement sportif annulerait les disparités voire les antagonismes sociaux. *L'Auto* dépeint les spectateurs du tour comme socialement divers mais unis par une commune passion pour la course. En 1930 écrit le journal :

Nous n'avons jamais vu une telle foule. Des usines, des écoles, des baraquements, des séminaires pour n'en citer que quelques-uns ! Chacun avait un jour de congé. Les douaniers et les gendarmes, les galopins et les bergères, les prêtres et les Capucins, les travailleurs et les jolies filles²...

En 1932, au sommet du Tourmalet, *l'Auto* note que

la foule au sommet est aussi hétérogène qu'elle peut l'être : élégants, jeunes filles très bien habillées qui sont arrivées en automobile, gentlemen en knickerbockers qui prétendent être de grands voyageurs ; habitants de la région en bérêts basque et veste de cuir, motocyclistes et en fin de compte cyclistes en sweaters et culottes de golf³.

On notera qu'en 1932 cette hétérogénéité semble limitée à la juxtaposition d'un public aisé, seul capable de faire le déplacement jusqu'au sommet du col, et d'habitants du lieu. Georges Vigarello souligne cependant que les photos des cols montrent que les spectateurs deviennent plus nombreux justement dans les années 1930⁴. Il indique aussi que

1 INA Cyclisme. Tour de France : résumé- ORTF - 18/07/1974.

2 Christopher Thompson, *The Tour de France*, ouv. cité, note 39.

3 *Ibid.* note 40.

4 Georges Vigarello, « Le Tour de France », dans *Les Lieux de mémoire*, Pierre Nora

les photos de plage, associées aux vacances, avec de jolies baigneuses apparaissent dans *l'Auto* ou le *Miroir des Sports* à la même époque. En fait les reportages télévisés ne montrent pas de spectateurs en tenue estivales et colorées de « vacanciers » avant les années 1970 et la généralisation de l'automobile.

Des portraits de spectateurs à contextualiser

Sandrine Viollet, dans une étude qui porte sur l'ensemble du XX^e siècle¹, s'attache avec finesse à contextualiser les portraits de spectateurs véhiculés par les médias. Elle montre que la façon d'organiser et de raconter la course évolue en fonction d'un agenda politique et idéologique aisément repérable. *L'Auto* et *Paris Soir*, publications à la tonalité conservatrice publient ainsi en 1932 et 1933 trois portraits de spectateur en écolier, en soldat, et en prêtre² figures emblématique d'une France traditionnelle. À l'autre extrémité du spectre politique et dans un contexte historique tout différent, le quotidien communiste *L'Humanité* offre en 1952 par la plume de la journaliste Dominique Desanti un émouvant portrait de mineurs d'origine italienne venus près de Nancy voir passer Fausto Copi, originaire de leur village, et modèle de fidélité à ses origines ouvrières dans la réussite. « Dites lui seulement, demandent-ils à la jeune journaliste, que trois mineurs italiens ont fait 65 km à bicyclette pour le voir passer ³ ».

dir, Gallimard, 4741 p., pp. 3816-3833.

- 1 Sandrine Viollet, *Le Tour de France cycliste, 1903-2005*, L'Harmattan, 2007, 256 p.
- 2 *Ibid.* p. 119. Un prêtre est venu voir passer le Tour de 1933 accompagné des enfants qui lui sont confiés. Le reportage détaille la leçon de morale qu'il attend du spectacle : les coureurs sont des modèles de « persévérance, courage, charité chrétienne, abstinence »...C'est, bien sûr, Desgranges qui prête ces propos à l'ecclésiastique.
- 3 *Ibid.* p. 161. Voir aussi Françoise Bosman, dans Charles Louis Foulon, dir, *Les métamorphoses du sport au XX^e siècle*, Presses de l'Université du Septentrion, 2005, 186 p. En 1947 *L'Humanité* avait demandé à être organisateur du Tour (Le journal *L'Auto* ayant été supprimé en 1944 pour fait de collaboration) et Vietto possible vainqueur de l'épreuve était alors élu communiste au conseil municipal. De Cannes.

L'invention du téléspectateur

Fabien Wille¹ s'est attaché pour sa part à retracer « l'invention » du téléspectateur. Partant d'une histoire technique des possibilités de filmer et de retransmettre, il analyse les formes et les fonctions de l'image à chaque étape de ces transformations techniques. Si, par exemple, le panoramique lorsqu'il est réalisé depuis un endroit fixe montre le passage des coureurs comme le voient les spectateur de bord de route, en revanche, l'apparition du travelling routier², lié à la mise en œuvre de caméra VHF sur des motos au cœur peloton offre au téléspectateur une vision de la course entièrement nouvelle. La mobilité du matériel qui permet de multiplier les points de vue, place aussi le téléspectateur dans une position d'ubiquité inédite.

La télévision cependant ne fait en ce domaine que faire fructifier l'héritage des retransmissions radio – qui 'racontaient' déjà la course depuis une moto - et des images filmées par les Actualités cinématographiques dans les années 1930³. Guy Lochard, a en 2007 formalisé les « régimes de visualisation » qui président à ces mises en spectacle⁴.

La foule et l'amateur

Dans tous ces médias montrer le public nombreux au sommet des cols, au bord de la route ou au Parc des princes assure la même fonction : la présence de la foule témoigne de la qualité du spectacle vivant et invite à se joindre à l'émotion collective. On retrouve ici la tension qui traverse la culture dite de masse ; d'une part le téléspectateur comme avant l'auditeur de radio est un parmi une foule indifférenciée de millions de personnes. D'autre part, il s'inscrit d'ailleurs dans une hiérarchie de micro-communautés familiales, scolaires ou d'amateurs qui lui permettent de penser l'expérience de la course à travers une culture propre. Ce peut être une culture d'*aficionados* du vélo. Entre

1 Fabien Wille, *Le Tour de France, un modèle médiatique*, Presse universitaire du Septentrion, 2003, 329 p.

2 *Ibid.* p. 64.

3 Catherine Bertho Lavenir « Le paysage derrière la roue, le Tour de France à la télévision », dans Evelyne Cohen et Marie Françoise Levy dir., *La télévision des Trente Glorieuses, Culture et politique*, Editions du CNRS, 2007, 250 p.

4 Guy Lochard, « Les régimes de visualisation des compétitions sportives », dans Valérie Bonnet et Robert Bourre dir., *Sciences de la société*, n°72, *Sport et Médias*, octobre 2007.

les deux guerres, par exemple, les résultats étaient affichés par des marchands de cycles et les amateurs se réunissaient pour découvrir et commenter les résultats. Dans les années 1950-60 alors que les postes de télévisions sont encore rares, des patrons de café proposent à leurs clients d'assister « gratuitement » au Tour de France devant le poste de télévision de l'établissement¹. Une certaine sociabilité se crée qui possède des aspects gestuels : les amateurs portent brusquement le corps en avant, se lèvent, crient, commentent l'épisode². La même dimension collective préside aux réunions de télé-spectateurs qui s'invitent à leurs domiciles respectifs pour regarder ensemble la retransmission.

Anthropologie du spectateur

On peut approcher la figure du spectateur à partir d'un autre point de vue : celui de l'histoire du spectacle, et plus précisément du théâtre. C'est alors la rampe qui construit le spectateur en tant que tel, en instaurant une séparation matérielle et symbolique entre l'espace de la fiction – la scène – et celui du public – la salle. Dans quelle mesure peut-on transposer cette analyse au spectacle sportif ? Daniele Marchesini, dans *l'Italia del Giro d'Italia*³, rappelle que le sport tel que nous le connaissons s'est construit sur une série de ruptures et de séparations. L'instauration du sport moderne passe par l'identification d'un lieu propre au spectacle sportif (stade, vélodrome, patinoire ...) et dans la séparation entre l'espace de la performance (le terrain de jeu, la piste...) et l'espace du public, alors que les joutes et compétitions dans les sociétés urbaines et rurales traditionnelles avaient lieu dans les rues et places ou sur tout le territoire de la paroisse. Acteurs et spectateurs étaient mélangés et l'on pouvait passer du statut de spectateur à celui de protagoniste : pensons au jeu de balle à Sienne, aux courses de chevaux dans les villes, aux joutes entre quartiers à Venise... L'instauration du sport moderne se fait donc par la séparation des statuts, la spécification des espaces et la stabilisation des comportements. Il faut d'une certaine façon « apprendre » à être spectateur.

1 Fabien Wille, *Le Tour de France...*, ouv. cité, p. 69.

2 Xavier Garnotel, *Peloton cycliste Ethnologie d'une culture sportive*, L'Harmattan, 2009, 249 p.

3 Daniele Marchesini, *l'Italia del giro d'Italia*, Il Mulino, 1996, 268 p.

Apprendre à être spectateur c'est d'abord se tenir à sa place. Dans le cas du Tour de France tout dépend de l'endroit où est placé le public. La course, en effet, se regarde depuis trois lieux privilégiés: le vélodrome, la rue, la route. Dès que la course cesse d'être la grande randonnée un peu informelle des premières années, les arrivées se font en effet dans ces arènes spécialisées que sont les vélodromes ou parcs des sports, alors nombreux dans les villes de province. Les départs sont donnés de façon moins formelle dans une large avenue, une rue, une place, face souvent à un café ou un restaurant (le « Café des sports »). Et la course elle-même attire les spectateurs sur le bord de la route. Or ce qui est attendu du spectateur n'est pas du même ordre selon qu'il se place à l'un ou l'autre de ces endroits.

Le spectateur du vélodrome

Commençons par les arrivées, et plus précisément les arrivées dans les stades et les vélodromes. Le vélodrome est sur-représenté dans les archives cinématographiques et télévisées car durant très longtemps les équipements techniques ne sont pas mobiles : installés au point d'arrivée, les journalistes radio et les cameramen y attendent donc, avec les spectateurs, l'arrivée des premiers coureurs. La course déploie à ce moment une dramaturgie précise – le « dernier tour » qui permet de bien voir les coureurs – tandis que l'architecture du lieu matérialise la coupure instituée entre l'espace du spectacle – la piste, la pelouse – et celui du spectateur – les tribunes, « le virage ».

Dans les vélodromes et parcs des sports, la place du spectateur est en effet strictement définie et matériellement délimitée ; les tribunes sont organisées et les places vendues à un prix qui diffère selon la distance à l'événement – entrée, virage, arrivée... Seuls les organisateurs, quelques journalistes et les photographes ont le droit d'être sur la pelouse ou le bord de la piste. Cette dernière est l'espace réservé aux coureurs. Les transgressions sont rares : peu d'envahissements de la piste. Le spectateur paraît, sur les images d'archives, un être sans grande individualité. Dans les années 1930, une mer de casquettes et de chapeaux rappelle que le public est majoritairement masculin, pas spécialement adolescent, et unifie l'appartenance sociale. A part la disparition des couvre-chefs il semble n'avoir guère changé trente ans plus tard.

Considérons, en effet, la retransmission, en direct depuis le vélodrome du stade Nungesser à Valenciennes, de l'arrivée de la 6e étape

du tour de France en 1970¹. Après un long plan sur les spectateurs, la caméra se fixe sur le commentateur. Ce dernier est spectateur privilégié d'un événement qu'il ne voit pas, que nous ne voyons pas et qu'il nous raconte : la course telle qu'elle s'est passée et telle qu'elle se passe ailleurs, quelques kilomètres en amont de l'arrivée. Ce que l'on voit, ce sont des spectateurs, qui n'apparaissent à l'écran que pour meubler le temps en attendant le début du véritable spectacle. Ces spectateurs ne sont pas l'objet d'une mise en scène particulière. La caméra erre paresseusement le long des tribunes. Quatre types plans se succèdent, toujours les mêmes : vue des tribunes d'en haut, vue des tribunes en biais au niveau de la ligne d'arrivée, vue du virage, vue de l'entrée des coureurs... Ils correspondent manifestement aux emplacements des caméras. Ces derniers ont été choisis, comme c'est alors la règle, pour reconstituer le point de vue du spectateur des tribunes. Les spectateurs que l'on voit à l'image se tiennent bien assis à leur place. Certains se déplacent tranquillement dans les allées mais la plupart restent tranquillement derrière les barrières, en particulier dans le virage du vélodrome. Ce sont pour la quasi totalité des hommes et des jeunes garçons : on ne distingue pas de femmes. Tous sont en tenue de ville, plutôt simple et on ne distingue ni chapeau ni casquette. Ils sont contenus par des barrières de bois couvertes de publicités ou par un grillage, pour les tribunes proches de l'arrivée, afin, sans doute de ménager une meilleure vue sur les coureurs alors très proches. On n'est pas encore dans le feu de l'action et les transgressions sont minimales : un homme monte sur l'un des poteaux (pas très haut) qui tient le grillage.

Que regardent-ils ? Pas la course, qui n'est pas encore là, mais les « officiels » qui se déplacent vaguement près de l'arrivée. Arrivent alors des spectateurs privilégiés, dont un jeune champion et un journaliste connu, qui traversent la piste et franchissent une barrière mobile. Des plus ou moins bien délimités ménagent une place précise aux journalistes de radio et de télévision... Le spectacle soudain change d'intensité lorsque entrent les coureurs. Certains se lèvent, crient, - on entend les cris à l'antenne - encouragent le coureur. Pour la suite du reportage les spectateurs ne sont plus présents qu'indirectement puisque la caméra se concentre désormais sur les coureurs. Les cris et leurs applaudissements sont cependant mis en valeur par la prise de son.

1 INA. Victoire de Roger De Vlaeminck à Valenciennes- Cyclisme. Tour de France-ORTF - 02/07/1970.

L'érudition du spectateur

L'arrivée du Tour de France au Parc des Princes en 1967 montre un spectacle plus élaboré qui a une dimension dramatique. C'est Raymond Poulidor, l'éternel second, le coureur méritant et modeste, qui remporte cette étape contre la montre mais c'est Roger Pingeon qui gagne le Tour. Le public joue un rôle dans cette dramaturgie : il intervient par ses applaudissements et même déploie une banderole. Des clans ou des groupes se forment en son sein.

Le coureur Raymond Mastrotto arrive, sous les applaudissements fournis, il salue le public tandis que Michel Grain, son coéquipier des Coqs finit son tour - l'arrivée sous les acclamations et les klaxons de Raymond Poulidor tandis que Willy Monty termine son tour de piste - - arrivée au parc des Princes de Hans Junkermann, on annonce sous les acclamations le temps de Raymond Poulidor : 1h 2' 52» ...- déploiement d'une banderole à la gloire de Gimondi par ses supporters - ... Poulidor est déclaré vainqueur, le public l'acclame... Pingeon remonte à vélo pour son tour d'honneur, il est arrêté par un groupe de supporters.¹

L'intervention du public, comme un chœur antique, donne toute son épaisseur au spectacle, et c'est pourquoi l'ambiance sonore est soigneusement retransmise, tout comme les images des spectateurs qui accompagnent, en arrière plan, les interviewes de coureurs.

Ces images font émerger la question de l'implication du spectateur : pourquoi applaudir celui-ci plutôt que celui là ? La presse sportive a construit depuis le début du siècle une culture bâtie sur le modèle de l'érudition, faite de performances, de noms de coureurs, de courses, de victoires, de temps. Il s'est ainsi construit un panthéon de coureurs sans cesse remanié. Les amateurs sont ceux qui maîtrisent cette érudition alimentée par la presse spécialisée. Lire, écouter puis commenter les commentaires... c'est s'inscrire dans l'espace social et symbolique de l'amateur, qui a ses rites et ses lieux. Applaudir à bon ou à mauvais escient au vélodrome fait partie de ces comportements qui signent l'appartenance à un groupe.

1 INA. Tour de France 67 : 22ème et dernière étape Fontainebleau / Versailles et Versailles / Paris- Cyclisme, Tour de France, ORTF - 23/07/1967.

Il faut noter l'attitude ambivalente des commentateurs, journalistes professionnels qui ne cessent de construire en permanence à la fois leur appartenance à ce groupe et la distance qui les met au dessus. Ainsi dans le reportage cité ci-dessus peut-on sentir la divergence d'opinion qui sépare les vrais sportifs et le grand public moins bien informé. Certes, Poulidor a reçu la « prime de la plus grande malchance » du Tour de France ce qui, dit le speaker, a déclenché l'enthousiasme du public » mais continue-t-il, « tout le monde n'est pas d'accord ».

Les spectateurs de bord de route

Pour la partie de la course qui a lieu sur la route, le lieu du spectateur, impératif, obligatoire, constitutif de sa condition, c'est le bas côté ou le trottoir. Dans cette salle de spectacle à ciel ouvert que deviennent les routes de France les spectateurs ne sont pas répartis de façon aléatoire. Ils sont assez en général assez nombreux au départ de l'étape, deviennent plus rares au long de l'itinéraire, se retrouvent en groupes de plus en plus compacts au fur et à mesure que l'on pénètre dans les bourgs et les villes, et se raréfient à nouveau à la sortie des agglomérations.

Les images des actualités cinématographiques s'attardent peu sur eux, sauf exception. On constate la présence fugitive de spectateurs lorsque la moto qui porte le cameraman (des les années 1930) passe à pleine allure devant eux. Parfois on ne voit que leurs pieds car l'objectif de la caméra est braqué sur le coureur ou mieux, sur ses jambes. Parfois la caméra épouse le point de vue du coureur : de silhouettes indistinctes défilent alors rapidement à la périphérie de son champ de vision. Lorsque la télévision apporte les premières images de la course vues d'hélicoptère, les spectateurs ne sont plus que des points alignés le long du ruban de la route.

Certains lieux de la course permettent cependant un contact plus prolongé avec les spectateurs. Ce essentiellement ceux dans lesquels les coureurs doivent ralentir. Ce sont essentiellement des courbes – souvent dans les entrées de villes - et la meilleure place est alors à l'extérieur du virage. Ce sont aussi les places qu'affectionnent les caméras des actualités cinématographiques. Elles offrent alors au spectateur en salle ou au téléspectateur une image empruntée au « point de vue » du spectateur réel. Par ailleurs les cols, avec les longues montées qui conduisent lentement les coureurs au sommet sont des lieux privilégiés et les arri-

vées au sommet du col des endroits où des les années 1930 se massent les spectateurs.

Rester à sa place

Les spectateurs de bord de route sont fort intéressants pour nous parce que la coupure entre l'espace du spectacle – la route – et celui des spectateurs – le bas côté ou le trottoir – n'est pas donnée mais doit être construite matériellement et socialement. En effet, si des barrières sont disposées sur certains segments de la course, autour du départ, dans les rues des villes, dans la traversée de certains villages, au sommet des cols, il est impossible de placer une barrière autre que symbolique entre la route – l'espace de la course – et le bas côté, ou le trottoir, espace du spectateur, tout au long de l'épreuve. Ce dernier est donc invité à intérioriser la contrainte qui lui enjoint de « rester à sa place » pour permettre au spectacle de se déployer.

De place en place, et c'est particulièrement visible dans les archives cinématographiques ou télévisées des années 1950 et 1960, des représentants de l'autorité font appliquer la consigne. Gendarmes, policiers et gendarmes motocyclistes en tenue ont les bras tendus pour contenir le public. Normalement ils doivent être légèrement détachés de la masse des spectateurs mais bien souvent l'image les montre pressés contre le corps de ceux dont ils doivent contenir les débordements et comme absorbés par la foule. Ils ne pénètrent dans l'espace de la course que pour rétablir l'ordre des choses. On voit ainsi un gendarme relever et trainer hors de la trajectoire des voitures suiveuses un cycliste tombé.

Les seules interactions permises au spectateur sont photographier, applaudir et crier des encouragements. Les interventions sur le déroulement de la course ne sont autorisées, en effet, que dans les cas exceptionnels : offrir de l'eau par temps de canicule, arroser les coureurs avec un tuyau d'arrosage, relever un coureur tombé. Si les transgressions existent, elles sont condamnables ; par exemple la « poussette » (lorsqu'un spectateur aide dans une côte un coureur en difficulté) conduit, de façon officielle après 1951, à la disqualification du coureur. Georges de Caune, commentant en 1959 le passage du Col de l'Iseran dénonce les spectateurs naïfs qui tentent de construire avec le coureur une brève complicité en dehors des yeux des caméras omniprésentes et de l'organisation :

Ah ! il y a des conseillers là, qui leur glissent je ne sais quelles paroles d'encouragement. Vous savez que la poussette est interdite. Tous ces braves gens ne se rendent pas compte qu'il y a des centaines de milliers d'yeux qui sont braqués sur Gismondi et Christian¹.

La traversée du miroir

Ces transgressions qui font passer les spectateurs au sens propre « de l'autre côté de la barrière » altèrent le spectacle. Par exemple un coureur trop aidé par un spectateur (dans les premières courses certains se sont fait transporter en charrette) est disqualifié. Dans d'autres cas les spectateurs trop bien intentionnés font tomber les coureurs : une « poussette » mal dosée envoie un coureur au fossé ; une boisson inadaptée rend un autre malade – un coureur d'origine algérienne fait ainsi les frais de la générosité des vignerons du midi. Lorsque la course est suivie par une caméra montée sur une moto, le téléspectateur mesure visuellement combien il est difficile de faire rentrer le spectateur à sa place. Dans la montée des grands cols une haie vivante massée sur le passage des coureurs se ferme devant eux pour permettre aux spectateurs de les voir, de les photographier, parfois de les toucher et ne s'écarte qu'au dernier moment. Qu'un spectateur se recule trop tard et c'est la chute. Par ailleurs des éléments indisciplinés ne parviennent pas à respecter les interdictions qui réservent la route aux coureurs : un enfant, un chien traversent et c'est à nouveau la chute.

Parfois ce sont les coureurs qui transgressent, volontairement où non, la frontière invisible. On les voit descendre de bicyclette pour aller boire à une fontaine, cueillir un fruit. Certains se précipitent sur une table de restaurant et font une razzia sur les boissons et la nourriture. On notera que ces comportements sont toujours exceptionnels et peuvent être punis par les organisateurs de la course. Certaines irrptions sont de l'ordre de l'accident : les archives filmées conservent la mémoire de cyclistes sortis de la route parfois de façon tragique – l'accident est mortel – parfois de façon burlesque : une cabriole dans les champs, l'irruption dans un pique-nique en déroute, ou la traversée d'un petit pré en pente par le maillot jaune. Cependant en règle générale, ces interactions avec le spectateur sont condamnées et condamnables

1 INA. Col de l'Iseran, 18^e étape, Tour de France, ORTF, 14/07/1959.

Echanges de notoriété

Le coureur cycliste pas maître non plus de son temps et n'est pas autorisé à s'arrêter pour se mêle un instant aux spectateurs. Lorsque les frères Pélissier s'arrêtent et se confient à Albert Londres¹ dans un café de bord de route, ils signent leur abandon. Une tolérance est accordée lorsqu'il n'y a pas d'enjeu en termes de résultat et que l'intérêt humain rend l'épisode utilisable dans le grand récit du tour. Par exemple un jeune coureur peut s'arrête pour embrasser sa famille, sa mère, sa femme, ses enfants... Le 17 juillet 1960 le Tour tout entier s'arrête devant un spectateur célèbre : les coureurs mettent pied à terre devant la maison du général de Gaulle à Colombey-les-Deux-Eglises. L'affaire, improvisée aux dires de Jacques Godet, s'inscrit dans la stratégie de communication du Tour. La photographie conservée aux archives du *Figaro* montre le face à face entre les coureurs plus ou moins alignés, les spectateurs et le général entouré de deux notables et protégé par un gendarme. Il s'agit là d'un échange de notoriété et, ici, c'est le général qui prête son prestige au Tour. Le ton compassé de ses échanges avec Jacques Godet montre d'ailleurs qu'il n'appartient pas à la culture de l'amateur sportif de son temps.

On soupçonne aussi François Mitterrand de s'être prêté à une opération de communication lorsqu'il se laisse photographier le 10 juillet 1985, un appareil photographique à la main, sur le passage des coureurs dans l'étape Morzine-Villars-de-Lans, aux côtés de son jeune chef de cabinet. La photographie donne une image plus populaire du chef de l'Etat, réputé hautain et aux choix culturels élitiste. D'autres hommes politiques tentent de faire fonctionner l'échange à leur profit. Il s'agit alors de passer du statut de spectateur anonyme à celui, plus valorisé, de protagoniste de la course. En 1985 Valéry Giscard d'Estaing se fait ainsi photographier sur une moto de l'organisation. Lionel Jospin se montrera dans l'une des voitures de la course, tandis que Nicolas Sarkozy voudra monter dans la voiture du Directeur lui-même.

Manifestations

C'est aussi sur la logique de l'échange de notoriété que se fondent les irruptions militantes dans l'espace de la course. Arrêter le Tour de France c'est faire connaître sa cause. On court le risque de s'attirer

1 Albert Londres, « Les forçats de la route » *Le Petit Parisien*, 27 juillet 1924.

l'hostilité du public mais une subtile alchimie politique peut obtenir l'effet inverse. Dans les années 1960-1970 par exemple, les paysans français sont soumis à de dures tensions en raison de la politique agricole européenne. Or ils bénéficient dans l'opinion d'une sorte de bienveillance, alimentée par des décennies d'enseignement scolaire favorable à la France paysanne. Lorsque en 1974 ils coupent brièvement la route du tour et obligent Raymond Poulidor « paysan comme eux » à mettre pied à terre, la modération du commentateur à leur égard est remarquable¹.

De l'attention distante à l'émotion prenante

Quelles émotions traversent ces spectateurs de bord de route ? Le Tour de France a ceci de particulier qu'il va chercher une partie de ses supporteurs jusque chez eux et passe littéralement, devant leur porte. Cela explique la grande variété de ces spectateurs – il y a des jeunes, des vieux, des enfants des adolescents, hommes des femmes, des paysans, des ouvriers, des bourgeois, des retraités... et même des bonnes sœurs. Ce n'est donc pas forcément leur origine sociale qui fait sens mais leur implication dans l'événement. Il y a, en effet, dans le public du tour de France, toute une gradation qui va du témoin indifférent au spectateur passionné.

Le spectateur distancié

L'"attention distante" désigne, pour l'historien de la culture populaire, le rapport qu'entretiennent avec les œuvres qui leur sont proposées les lecteurs des classes populaires et les spectateurs de télévision. On pourrait appliquer le terme à toute une catégorie de spectateurs du tour de France, paysans venus en bordure de champ s'assurer que nul n'allait pénétrer sur leur propriété, retraités assis sur le pas de leur porte, commerçants à peine sortis de leur boutique. Les photographies de l'Equipe comme les actualités captent au passage, derrière le coureur qui retient toute l'attention du cameraman, des silhouettes de paysans faussement indifférents, confrontés à un événement qui les propulse d'emblée dans l'espace de la culture nationale et de la culture de masse. Antoine Blondin mesure avec justesse leur désengagement faussement

1 INA Résumé de la 19^e étape, TDF, 1974 .8/07/1974.

feint devant le spectacle de l'abandon du Suisse Hugo Koblet en 1951 entre Luchon et Toulouse :

Qu'une de ces cariatides du Tour venait de s'effondrer, cela ne faisait de doute pour personne, pas même pour les quelques indigènes, la main encore à la fourche, qui commentaient cette aubaine d'un grand de ce monde échoué aux lisières de leur champ, avec un accent chanteur bien propre à rehausser le drame par contraste¹.

Quant aux retraités et aux commerçants à peine sortis de leur boutique, leur choix de s'installer sur le pas de leur porte n'est pas sans signification. Ce « pas de porte » représente la limite entre l'espace privé et l'espace public, qui se comprend différemment dans la France du sud et dans la France du nord, lieu d'un engagement prudent, limité et réversible dans l'événement.

Le spectateur désengagé

C'est évidemment sur les femmes que se focalise l'image du spectateur indifférent à l'aspect sportif de l'événement, insoucieux de l'érudition cycliste qui anime les plus passionnés, intéressé juste parce qu'il se passe quelque chose et parce que le Tour de France autorise aussi à être spectateur de cette façon. Antoine Blondin, toujours, croque au vol des dames assises chez le coiffeur qui tendent le cou vers le spectacle éphémère de la course². On est sur la route de Bordeaux :

Sur le seuil de leur échoppe, les coiffeurs de village abandonnaient sans vergogne les jeunes personnes venues se faire friser pour le bal et dans la pénombre des arrière-boutiques, toute une légion de dames, mobilisées sous le casque, tendaient désespérément vers notre cortège un cou étranglé par le peignoir. La Gironde se laissait surprendre en bigoudis³.

Applaudir

Malicieux, il met en scène la diversité extrême du public en choisissant de décrire quelques religieuses sorties de leur couvent pour voir passer le tour. Il montre alors, sans avoir l'air d'y toucher, qu'il existe un

1 Antoine Blondin, *L'ironie du sport*, ouv. cité, p. 1180.

2 *Ibid.* p. 1188.

3 *Ibid.*, p. 1242.

comportement attendu du spectateur : applaudir, par exemple, comme au théâtre. Et c'est parce qu'elle prend conscience qu'il y a là quelque chose qui est de l'ordre du spectacle - où elle ne doit pas aller - que la jeune religieuse ne sait plus que faire de ses mains dans cette scène croquée au bord de la route :

..., sœurs tourières, béguines et nonnains, palpitantes sous les voiles, semblaient réciter entre leurs lèvres muettes, le chapelet rompu du peloton avec ses dizaines massives, entrecoupees de coureurs isolés comme les grains du pater. L'une d'elle eut un geste charmant : comme la course débouchait en fanfare, elle ouvrit largement ses mains pour applaudir, puis, se ravisant, elle eut en coulisse un regard d'une confusion exquise pour sa supérieure impassible et, en désespoir de cause, fit un grand signe de croix, parce qu'une exigence fondamentale lui dictait qu'il fallait faire quelque chose pour souscrire à tout ce tourbillon¹.

Attendre

Le Tour est un spectacle déroutant pour le spectateur. Parfois il n'y a rien à voir, à part le passage dans un tourbillon de poussière de silhouettes impossibles à identifier. Dans d'autres cas le timing est défectueux : on les attend pendant des heures, le premier passe, et il faut patienter encore et encore avant le passage d'un second groupe, d'un troisième, puis du peloton et voir passer encore une masse d'automobiles, de motos, de camions même. La tentation est grande alors de transformer le temps de l'attente en loisir en soi : on pique niquera, jouera aux cartes et « aller regarder le tour » deviendra un simple prétexte pour une activité de loisir ordinaire, emblématique d'une petite bourgeoisie routinière qu'Antoine Blondin ne se prive pas du plaisir de railler. Que faire, en effet si Frederico Bahamontes décide d'abandonner exactement sur le lieu de votre pique-nique ?

quand Frederico Bahamontes a mis pied à terre en lisière d'un bois où une famille jurassienne menait tranquillement sa partie de campagne (...) cet étonnant intermède dans le pique nique dura exactement vingt minutes, le temps d'apprêter le taureau pour la mort, et laissa derrière soi un gazon ravagé, où les ampoules des flashes photographiques craquaient sous les pas comme des coquilles d'œuf... Brusquement il quitta la route, s'affala sur la

1 *Ibid.* p. 1241-42.

bas côté... Madame, une femme de fort tonnage, était déjà sur les lieux, sa timbale à la main, chavirée de sollicitude maternelle et de rosé d'Arbois. Monsieur, plus circonspect, venait par derrière avec le sourire partagé d'un père tranquille qui accueille un parachutiste dans la soupière¹.

Railler les pique-niqueurs

Le ton acerbe d'Antoine Blondin n'est pas exceptionnel en son temps. La valorisation rétrospective de l'œuvre sociale du Front populaire, « inventeur des vacances », nous cache aujourd'hui la méfiance nourrie de distance sociale qui existait encore dans les années 1970 à l'égard de pique-niqueur en tout genre et qui devait s'étendre ensuite aux campeurs, puis aux possesseurs de caravanes, emblème d'une France méprisée par ses élites médiatiques. Georges de Caunes illustre parfaitement cette attitude dans le long monologue par lequel il tente de meubler l'attente des coureurs au sommet du col de l'Iseran en 1959.

De toutes les cités, dit-il, de la vallée, les cars sont montés de Saint-Michel-de Maurienne et de Bourg-Saint-Maurice, les deux villes les plus importantes de part et d'autre. Et la route en lacets de l'Iseran a été envahie par une caravane ininterrompue de voitures particulières, de cars avec des cohortes passionnées de vacanciers, de gens qui viennent se distraire un petit peu pendant les mois d'été, et d'habitants du pays qui n'ont pas tellement de distractions, dans ces montagnes, pour manquer le passage du TDF au sommet du col de l'Iseran².

La dérision est subtile mais réelle à l'égard de « ces gens, sur les bords des routes qui ont coiffé des chapeaux vaguement napoléoniens, pour se donner des airs de vainqueurs des cimes, pour se mettre dans l'ambiance héroïque de ce passage des coureurs du TDF ». D'emblée le commentateur vedette de la télévision a parlé de « l'invasion des moustiques humains qui sont venus jeter des papiers gras sur la sérénité des altitudes ». Même les amateurs, qui ont monté le col à bicyclette sont l'objet d'une ironie peu charitable : on signale, dit-il, « des cyclistes qui sont venus en bicyclette, en traînant leur bicyclette plus exactement puisque les derniers lacets sont particulièrement durs ».

1 *Ibid.* p. 1254.

2 Ina Col de l'iseran Tour de France 1959 18^e étape.

L'une des figures de cette foule bon enfant est celle de la famille qui écoute à la radio le déroulement de la course ; on est là face à une figure paradoxale du spectateur par procuration qui va soudain voir se matérialiser devant lui une partie du spectacle avant que ce dernier ne s'évanouisse à nouveau. Le transistor donne toute sa dimension à cette figure dans les années 1960. Aussi dramatisés que les reportages écrits des années 1930, les reportages radiophoniques bénéficient en plus de l'émotion du direct.

Emotions

Il s'agit, en effet de susciter l'émotion sans se laisser déborder par elle. Dans les toutes premières années du tour, il faut civiliser le public comme on tente de civiliser les coureurs. Des épisodes tragi-comiques entachent les courses avant 1914. Lors de la seconde édition, des spectateurs attaquent des coureurs, font le coup de poing. Un presque témoin raconte, dans le style fleuri de l'époque.

Des dizaines d'énergumènes, le poing tendu, se ruèrent vers les cyclistes. Garin réussit à s'enfuir, non sans avoir reçu un poing en pleine figure et pris un coup à la jambe droite. Pour Pothier, ce fut le bras gauche qui triqua. Il en hurla de douleur. Aucouturier, lui en était à se débattre, au coeur du tumulte.
- Laissez-moi passer ! insistait-il.
C'est alors qu'il reçut un coup sur l'épaule. Sa moustache en frémit. Il se retourna, le visage marqué par la colère. En un éclair, il se métamorphosa en boxeur. Un uppercut partit. Mais d'autres énergumènes s'approchaient.
- Laissez-moi passer, bon sang !
On le vit saisir son vélo et le faire tourner autour de sa tête. Cela le dégagait.¹

Tout l'art des organisateurs est donc de faire naître l'émotion sans déchaîner la violence. L'une des solutions est de construire des figures de stars qui deviennent l'objet d'une adoration réglée et canalisent les passions. Mais le réglage n'est pas facile. En 1955 Louison Bobet se fait huer à Marseille parce qu'il ne conduit pas le tour avec la même maîtrise que les années précédentes². Tous les acteurs de la course, coureurs

¹ Jacques Seray, *Ce tour de France qui faillit être le dernier*, chez l'auteur, 1994.

² Antoine Blondin, *L'ironie du sport*, ouv. cité, p. 119.

et accompagnateurs focalisent à des degrés divers les passions. Antoine Blondin, à l'étape d'Ax-les-Thermes en 1955, décrit le petit garçon qui guette les coureurs le soir au repos dans une petite ville et se satisfait du moindre reflet du monde brillant de la course : « J'ai été, dit-il, ce petit garçon le nez collé à la vitre qui me regarde écrire avec un respect patient, et, quand je lève la tête, j'ai l'impression de me regarder moi-même à travers le miroir sans tain du souvenir¹ ». Il imagine alors ce qu'est le monde rêvé du Tour dans la tête du petit garçon.

Les arrivées sont entourées à partir des années 1960 d'un cérémonial qui contient les enthousiasmes et par ailleurs la distance instaurée par la télévision semble avoir sonné le glas de ces émotions vive. Un video disponible sur *You Tube* jette cependant un lueur inquiétante sur la persistance d'éruptions émotionnelles intense. On est en 2004 à Angers. De jeunes hommes assiègent littéralement un hôtel ou un café où se trouve installé le journaliste sportif Gerard Holtz. Il y attend un champion pour l'interviewer. Peu à peu la tension monte et la petite foule s'échauffe jusqu'à ce que fusent des cris de plus en plus hystériques et que la bousculade devienne dangereuse. Or c'est le téléphone portable de l'un des participants qui filme avec complaisance l'échauffourée dans le but de le poster sur le réseau². Les coureurs, dans cette longue vidéo, sont réduits à de fantomatiques silhouettes derrière une vitre. Pas de course, pas d'évènement. Le spectateur, ici, est devenu définitivement spectateur de lui-même.

1 *Ibid.* 1192.

2 <http://www.youtube.com/watch?v=8rHRnWmWBnw>

